



ポイント・カード・データ活用による顧客ロイヤルティ戦略再構築セミナー

日時 平成15年12月4日(木) 13:30~17:00 会場: ㈱日本総合研究所 本社ビル1階セミナー室

対象 営業企画部長・経営企画部長・システム部長・事業部長・営業本部長

・自社の優良顧客が誰かを特定し、その行動を補足、今後のアプローチに活かしたい

・ポイント・カード・データが蓄積されているが、まったく活用されていない

・蓄積されたポイント・カード・データを活用したいが、その方法がわからない

・メーカーとして、取引先の小売業に対してポイント・カード・データ活用を支援したい 方々へ

参加のおすすめ —「ポイント・カード・データ活用で効果が出るのか」とお考えではないですか？—

激しい売上・受注競争に加えてデフレ傾向が続く中、各社は競合他社を凌駕する競争優位性を求めて懸命の努力を展開されています。しかしながら、多くの業界で流通構造の変化や規制緩和、顧客の意識や行動の変化が起きており、従来の販売上の有効策に限界が生じてきています。これによるシェアの低下や費用対効果の悪化に対して、基本に立ち返ってポイント・カード・データ等の顧客情報を活用し「自社の利益に貢献する顧客（優良顧客）とその行動パターンを特定する」ことで、増益機会のヒトをつかもうとする努力が有効で、実際さまざまな成果が得られています。優良顧客のことは分かっていたつもりの担当部門も意外な事実に驚くことが少なくありません。

このセミナーでは競争力強化につながる顧客ロイヤルティ戦略の実現をめざして、戦略仮説作成ーデータ分析設計ー分析結果の戦略への活用というトータルな視点から、戦略再構築への活用法について事例を織り込みながらご提案致します。

セミナープログラム

1. 成功している会社はこうしている！

～顧客ロイヤルティ戦略と連動したポイント・カード・データ活用事例～

副主任研究員 上田 真弓

2. 顧客ロイヤルティ戦略再構築に向けて

(1)ポイント・カード導入の経営効果とは

(2)顧客ロイヤルティ戦略再構築の進め方とポイント

副主任研究員 砂野 吉正

3. ポイント・カード・データ活用への疑問と解決への方向性

(1)ポイント・カード・データが生かせる場面とは

(2)ポイント・カード・データの収集方法とは

(3)データ分析の留意点とは

研究員 藤本 政信